

ABSTRAKSI

Dicky Zulyadi, Nomor Mahasiswa 152090020, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Pengaruh Kualitas Jasa Laundry Kiloan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Laundry Simply Fresh Cabang Wahid Hasim, Yogyakarta), 2013. Pembimbing Suptika Kancana dan Sigit Haryono. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, adakah pengaruh bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan Laundry Simply Fresh.

Penelitian ini menggunakan tipe *ekspanatoris*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Laundry Simply Fresh Cabang Wahid Hasim, Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dengan metode *systematic random sampling*, Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Yaitu alat analisis *regresi linier berganda*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Laundry Simply Fresh. Hal ini ditunjukkan dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yang diperoleh F_{hitung} sebesar 36,150 dan F_{tabel} 2.323 dengan tingkat signifikan 0.000 dan ada pengaruh variabel bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara parsial terhadap kepuasan pelanggan laundry Simply Fresh. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} . Bukti langsung nilai T_{hitung} lebih besar dari nilai T_{tabel} atau ($2.002 > 1.9879$), keandalan T_{hitung} lebih besar dari nilai T_{tabel} atau ($2.050 > 1.9879$), ketanggapan nilai T_{hitung} lebih besar dari nilai T_{tabel} atau ($2.320 > 1.9879$), jaminan nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} atau ($2.596 > 1.9879$), empati nilai T_{hitung} lebih besar dari nilai T_{tabel} atau ($2.617 > 1.9879$).

Saran kepada pihak Laundry Simply Fresh harus meningkatkan dan mempertahankan variabel yang menyebabkan kepuasan pelanggan yaitu bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati, karena terbukti bahwa kelima variabel tersebut menyebabkan kepuasan pelanggan dan harus meningkatkan perhatian terhadap pelanggan dan meningkatkan penampilan karyawan karena berdasarkan analisis statistik deskriptif kedua item ini memperoleh nilai rata-rata terendah.